

策划案列子(大全6篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

策划案列子篇一

内容：摄影师在微博发布了一条消息：距离西宁开车3小时左右戈壁上发现巨型怪圈！‘不到一周微博转发15万次，五万条网友讨论，沙漠怪圈成为了众多媒体和网友所关注的热点话题之一。为达到这一效果，宝马公司可谓煞费苦心，当话题热度达到时，宝马公司出面澄清：事实上这个沙漠怪圈是三两宝马加上导航仪，经过精密的计算精准的驾驶路线之后最终碾压而成。就听到这个真相一定摔了不少眼镜。

亮点：宝马车成了ufo这次病毒营销让人眼前一亮。

点评：在营销领域，好的创意层出不穷，但在汽车市场，如bmw“沙漠怪圈”这样的天马行空的大尺度，大手笔实属罕见，虽然脱离不了华众取宠，但其确实是获得了实在的效果，为宝马上市造足了势，让其还在“犹抱琵琶半遮面”已先成名。

大众汽车营销策划，网络互动

大众汽车广告策划一起来设计

由大众汽车发起的“大众制造”网络互动平台正式开始运营，该项目是由大众汽车面向中国公众打造的一个探索未来的汽车设计与制造的对话平台核心是一个大型网络互动社区，基

于核心网络平台，，公众可以在网路上跨媒体实现汽车设计灵感激发虚拟现实制造汽车等沟通需求。这是大众汽车进入中国以来最大规模品牌营销项目，到目前为止，“大众自造”注册量突破24万人创意8万个，大众汽车品牌认知度也提高了3-4个百分点。

亮点：中国首创营销手段。公司可以在这个平台随意发挥想象力，实现自己造车梦。

点评：对大众汽车集团而言，推行“大众制造”可以树立全新的品牌形象，改变其以往过于理性的个性，普通公众参与到汽车研制过程，拉近了与消费者之间的距离感，透露出大众品牌人性化的一面。正如业内人士所说，“大众”制造独特之处在于凭借社会化媒体及多个传播渠道，进行全方位整体营销。但如何维持网友持续不断的兴趣点，保证他们持续参与该项目后续的其他环节，是大众汽车项目团队，待进一步解决的一个大问题。

凯迪拉克网络为电影

《一触即发》凯迪拉克广告营销

凯迪拉克推出微电影《一触即发》大获成功之后，凯迪拉克与又重新打造了一部微电影巨制《66号公路》，这是一条承载过“垮掉的一代”、嬉皮士、摇滚青年的老路，这也是一条见证了无数美国人对自由和梦想追逐的老路，以公路片题材揭示了现代人渴望开拓、自由、梦想的理想，追求活出本色的个性态度。该片一经播出，取得了强烈的反响，网络视频播放1.5亿次。

亮点：将明星莫文蔚敢于摆脱世俗桎梏的气质与具有浓郁人文色彩的美国66号公路通过凯迪拉克汽车巧妙的联系在一起。

点评：莫文蔚自由洒脱的形象与公路片纵情不羁题材风格相

得益彰，“主角”凯迪拉克srx活出本色、纵情不羁的车型个性在影片中也得以展现。就一部剧情片来看，该片不失为一部不可多得的佳作，更重要的是，凭借形式新颖的广告创意，凯迪拉克今年销量获得了一定的提升，品牌销量增涨60%远超国内豪车市场30%的增幅。

[广告策划书案例]

策划案列子篇二

现在许多疾病都是需要人们提供帮助，给缺血病人带去救命的血液，有多少人愿意献出自己的血液给患者治病。在医学上，人的血液需要提出一些出来之后，这样会让你新陈代谢加快，促进身体健康。那么，面对这样好处多多的献血活动，我们需要提倡大家，伸出声援之手，奉献出爱心。

一、活动目的

给患者提供帮助，奉献爱心，温暖社会

二、组织单位

云南财经大学红丝带青年志愿者协会、云南财经大学社团联合会、校团委

三、活动主题

奉献“500cc”，回报无限

四、活动准备工作的

1、制海报：2张（置于主教与一教）

2、制宣传单：1000份

3、油性黑笔：/感谢您的支持和鼓励!!!

五、活动流程

1、献血车停在原礼堂附近

2、对于愿意来献血的同学，给他们提供座位，排队等待医生给其检验和抽血

3、让献血者在横幅上签字

4、成员配合好医生的工作，照顾好献血者

六、活动单位

云南财经大学红丝带青年志愿者协会、红十字会

七、活动时间

6月

八、活动地点

原礼堂附近

九、注意事项

十、经费预算

1、油性黑笔：5支，预计12.5元

2、横幅：10米*8，预计80元

共计92.5元

策划案列子篇三

七匹狼创业，拥有服装品牌“七匹狼”、“与狼共舞”、“马克华菲”等多种子品牌，但真正在市场上获得消费者认可的品牌，目前还只有“七匹狼”。七匹狼拥有日本、香港和上海三地优秀服装设计师，世界先进的电脑自动化生产设备，国际标准化、封闭式的工业园，产品款式新颖、用料精美、工艺精湛。能够准确把握国际流行服饰趋势，每年有数百种新款服装问世。不断创新的国际化设计理念，确保了七匹狼在男士衣饰市场的时尚潮流引导者地位。

但是，这种实力如何转化为品牌优势呢？：“七匹狼”以“世界杯”带动终端。距离“世界杯”还有三个月，七匹狼总经理周少雄在北京召开新闻发布会，宣布七匹狼的新代言人将由齐秦先生担当。会上透露：七匹狼将在终端服务、店铺形象、物流管理等方加大力度；继续大力改造终端形象，强力提升产品的商品力和品牌的含金量，建立快速通畅的物流渠道；以七匹狼管理学院为核心的人才战略在也将进一步贯彻实施。

是“七匹狼”终端形象整合与内部机制改造的一年，企业的股份制改造正在积极进行，正在积极筹备上市，一切都形势大好。，中华全国商业信息及国家内贸部统计局根据全国大型零售企业商品销售统计，福建七匹狼集团公司生产的七匹狼茄克衫(休闲装)获“市场综合占有率在同类产品中名列第一名”。并被评“中国驰名商标”，产品作为国家礼品馈赠美国总统布什。

七匹狼靠特许经营模式起家，产品在网络建设品质方面都已达到一个较稳定的平台，知名度有了，但产品的品牌形象并没有深入人心。在这种情况下，此举意义深远。在此之前，七匹狼也有过代言人，但那只是一个产品销售意义上的一个符号，还不是一个具有品牌形象内涵的代言人。面对要建立强势品牌的“七匹狼”，深感重新整合品牌个性，树立品牌文化的重要性。从创业到如今，这是一个关键时机。现

在“七匹狼”产品质量与销售通路已经建立，市场已占到一定的份额，企业已有一定的知名度，但企业的品牌形象单薄，既没有记忆点也没有内涵。市场对七匹狼的品牌认知还是在一个模糊状态之中。这次有中国队参加的“世界杯”的到来，给“七匹狼”带来了塑造品牌的机会。七匹狼表示，我们请的不是形象代言人而是谨慎称之为品牌文化代言人，别看只是一个小小的文字变动，却透露出七匹狼的良苦用心。

消费品牌的营销离不开明星的参与，这在现代营销中已成为一个成功的模式。七匹狼请明星更不是什么新闻，但请明星的策略却是每一家都有不同，想法也是千差万别。七匹狼选明星是很慎重的，有一个原则就是一定要匹配。总经理周少雄说，“七匹狼”与齐秦之间是匹配的。首先，“七匹狼”的品牌特征与齐秦的个性之间有极强的共性，七匹狼倡导的“狼文化”与齐秦的精神气质相符合。其二，齐秦的外形与联想记忆度非常好，长发、牛仔裤、俊朗的面孔、冷峻的眼神，不羁的街边仔形象所透露出的野性美都和“七匹狼”的品牌个性相符。其三，齐秦的事业与恋爱经历以及“七匹狼”的“奋斗中的男人形象”的诉求定位非常接近。齐秦虽有音乐天才但成名之路非常坎坷，做过多种工作，甚至做过流浪歌手，成名作《狼》更是这种经历的精华演绎，这些都成为“七匹狼”的品牌个性的联想。狼的孤独沧桑、狼的荣辱胜败、狼的勇往直前、狼的百折不绕、狼的精诚团结，这些都是“成功人士”的心路历程，也是七匹狼的文化精神内核所在，这些非常容易引起奋斗中男人的共鸣。同时，齐秦身上恰巧也具备这样的因素，齐秦与企业的匹配找到了共鸣点，企星联动，目的是终端发力，同时带动品牌深入人心。

一个产品的成功具有多种因素：产品质量、包装与形象、销售渠道、广告促销、同等价比、服务、品牌；七匹狼非常清楚企星合作的作用在哪里。所以，先找契合点，再找时机推出（如“世界杯”前），新闻效益与广告效益同时共振。在灌溉品牌内涵的基础上，拉动销售终端的增长。当然，齐秦已人到中年，已不是活跃的明星，这和一般的品牌代言选择有一定的

距离，但齐秦现在所有的状态与”七匹狼”还没有)中撞的地方，是奋斗中的成熟男人的代表，是30—45岁之间，最具休闲气质的明星。与此相类的费翔、濮存昕所代言的品牌相比就更有特点。其实这只是一个选明星与产品的联动的一个方面，还有一个重要的方面，七匹狼要强打品牌形象，借力“世界杯”猛攻终端。

策划案列子篇四

(1) 报纸传播的优势：传播面广、传播迅速、具有新闻性，阅读率较高、文字表现力强、便于保存和查找、传播费用较低。弱点就是时效性短、传播信息易被读者忽略、理解能力受限、色泽较差，缺乏动感。

(2) 杂志传播的优势：时效性强、针对性强、印刷精美、表现力强。弱点就是出版周期长、声势小、理解能力受限、色泽较差，缺乏动感。

(3) 广播传播的优势：传播面广、传播迅速、感染力强、多种功能，弱点就是传播效果稍纵即逝，耳过不留，信息的存储性差。听众受节目顺序限制，只能被动接受既定的内容，选择性差。广播只有声音，没有文字和图像，听众的注意力容易分散。

(4) 电视传播的优势有：视听结合传达效果好，即时性强，有现场感，传播迅速，影响面大，多种功能、娱乐性强。弱点就是传播效果稍纵即逝，信息的存储性差，记录不变也难以查询，受时间顺序的限制，加上受场地、设备条件的限制，使信息的传送和接收都不如报刊、广播那样具有灵活性。电视广告的制作、传送、接收和保存的成本较高。

(5) 网络的优势有：范围广泛，超越时空，高度开放，双向互动，个性化，多媒体，超文本，低成本。

(6) 还可以通过户外广告宣传。

2、效果佳的媒体组合形式有报纸与广播媒体搭配，报纸与杂志媒体搭配，报纸与电视媒体搭配，报纸或电视与邮政媒体搭配，电视与广播媒体搭配，邮政广告与销售现场广告或海报搭配。

3、广告预算

广告预算的方法主要有：销售百分比法，盈利百分比法，销售单位法，广告收盈递增法，销售收益递减法，目标达成法，竞争对手法。

广告预算的使用方法有以下几种：按照广告机能分配、按照广告媒体分配、按照广告地区分配、按照广告时间分配、按照广告商品分配。

策划案列子篇五

主题：今天的我

画面：

1、镜头逐渐推向一部打开显示屏的电脑。

2、(特技)镜头进入电脑里。

3、在推进的过程中，快速、变化无穷的新闻照片、图片、标题、纷纷闪过。伴随着各种语言的新闻播音声。

4、(特技)镜头继续快速推进。出现一个电子和中子围绕一个圆球快速旋转的画面。

5、(特技)圆球变成了小小的地球，(象征着科学的)电子和中

子仍然围绕着地球在快速旋转，小小地球不时出现一些爆炸，升起一些小小的蘑菇云来。

6、镜头移开，我们发现这个小小的地球，被一个一身西装的年轻人托在手里，他在观察和注视着这个地球。

7、年轻人抬起头来注视镜头。

8、镜头变黑(象有人关掉荧光屏一样)推出字幕，主题语“今天的我”，

9、再次推出字幕(黑底红字)“北京青年报”。

公益广告创意之“学习篇”

创意思路：

第一部分：

画面表现内涵：当今是一个知识爆炸的时代。

画外音(旁白)：当今是知识和信息爆炸的时代。知识每天都在更新，我们如果不注意学习就会落在时代的后面。

第二部分：

记实采访形式。

采访对象：夜大学、职工大学的已经工作后，又来参加学习学生。年龄大的学生更好，以他们的现身说法为主。

采用随机采访形式。

采访题目：

既然已经工作了，为什么还要花业务时间来参加学习？

希望得到的答案或大概意思：

主要是为了提高自己，不然跟不上时代的脚步，后落后于时代的。

采访时，同步在屏幕上打出被采访者的年龄、职业、正在参加什么课的学习。

采访时最好不出记者镜头，不直接问出问题，由被采访者直接回答。

第三部分：

采访完后，随着被采访者离去。画面变虚。推出字幕并伴有相同的画外音：

好好学习，天天向上。

本片主题固定，但采访对象可以反复变换，所以片子随时都可以有新东西播。给人的感觉可以是很新的。

将采访时被采访者的画面固定，就能单独做为平面广告。

公益广告创意之“美容篇”

一副大的少女素描画占据并铺满整个画面；

画上的少女十分清秀，紧闭着嘴；

但形象很难看；光头；没有头发；

蒙着一只眼睛；脸上满脸黑点；

有大小疙瘩；也有伤疤；

还贴着胶布；鼻子上有脓包。

一只手伸入画面；拿着橡皮和笔；

不停的在修改这个画面；擦掉难看的部分；

加上飘逸的头发，使少女的轮廓更加突出，

形象更加完美；画面上少女也开始露出笑容了；

最后，画面上的少女变的十分漂亮，

由动画人物，变成了真实人物；

镜头拉开。

这是在某个漂亮、干净的街道上，一个人正在为一个少女画素描。

镜头继续拉开，

我们看

到少女的身后不远的地方：

一个环卫工人正在清扫地面；

在她旁边的草坪上，一个绿化工人正在整理草坪；

镜头掠过少女；

渐渐的推向正在工作的绿化工人和环卫工人；

这时旁边传来少女清脆的笑声；
少女举着画好的素描画跑开了；
画像随着追去；
两人跑出画面；
正在扫地的环卫工人和绿化工人；
看着跑开的少女露出笑容；
二人继续低头工作；
镜头变虚：
推出字幕，同时伴有画外音：

策划案列子篇六

活动名称：

创业社周年庆“励志创业，成就未来”

演讲大赛演讲主题：

励志创业，成就未来

活动地点：

人民武装学院礼堂[];b_u%m

活动时间：

11月24日大赛预赛，12月1日大赛决赛。

活动背景：

我社发展历程：

本着“服务同学，服务学校，服务社会”的社团精神，我社先后参加了由院政治处主办，创业社承办的“关注民生，关爱老人，迎奥运，送温情——走进敬老院”活动，看望了花溪养老院的老年人。在今年的6月22日和6月26日，我社又分别在青岩镇和花溪公园门口进行一年一度的禁毒宣传活动。此次活动由花溪区禁毒办、人武学院团委和创业社共同举办。

两次活动的成功举办，不仅让我社成员得到了实实在在的锻炼，而且得到我院领导对创业社的充分肯定，为今后在学院开展其他的活动准备了条件。

活动由来□4q3i0

我社从_年4月分开始筹办，于_年11月学院批准成立。在今年的11月分，迎来了她一周岁的生日。在这个喜庆之际，经我社大会研究决定，举办“励志创业，成就未来”演讲大赛，在庆祝我社成立一周年的同时，发扬“服务同学，服务学校，服务社会”的社团精神：

通过演讲，锻炼学生的表达能力；举办演讲活动，促进校园文化建设；帮助赞助商宣传品牌，开拓大学市场，提高经济效益。

蕴藏商机：：

人武学院位于园亭路1号，和北校区比邻。学院共有5个系，14个专业，49个班级。学院目前共有师生_人左右。由于我院属于军事类院校，因此院内几乎没有商品销售，只有少量的生活用品。学生的学习用品及其它很过商品都要去花溪街道上去买，非常辛苦。蕴藏的市场前景非常可观。在北校区的社团很多，但是他们的成员不集中，往往分散在不同的

校区，有的甚至在贵阳。在帮助商家宣传时，常常由于人员不足而宣传不到位。而我院由于受学院性质的限制，人员集中，团队精神得到很好的培养，工作热情高。同时，我院现在正缺少市场开发。

赞助活动的意义：

真诚的希望双方在以后的工作中相互支持。

具体宣传方案：

- 1、在预赛到决赛的过程中，期间有五天为决赛选手演讲的准备时间，在这期间，贵商家可以制作横幅在我院内进行宣传。
- 3、在比赛过程中，将有二到三次与观众互动的环节，这时我社将帮助贵商家现场进行宣传。比如，邀请贵商家负责人讲话，发放贵商家提高的礼品；以游戏的形式进行礼品的发放等。
- 4、在比赛结束时，我社将邀请贵商家合影留念，然后作为新闻进行宣传。
- 5、租凭幕布，在贵商家愿意的情况下，我们还可以以冠名的方式举行此次演讲比赛，这种宣传效果将会非常棒，但花费可能也会相应提高，大约需要300元左右。
- 7、在节目单的印制上，我们可以附上贵商家的宣传内容
- 8、当然，宣传的方式和渠道是多种多样的，在这里我社只是提出几个宣传点供贵商家参考。

经费预算_q&g-t0?\$@,k.b5w-p&y

2、海报宣传费：30元7m'l\$q:l\$_1h“r_n9[

3、文件资料费：50元

、矿泉水：40元

5、奖品、证书：200元

总计：约600元

4s4u&}“m”bd,h

希望贵商家能慎重考虑我们的建议，给我们提出宝贵的意见。所有在我院的宣传活动均有我社负责，贵商家可以派人监督。希望通过与贵商家的通力合作，圆满完成这次演讲大赛。我们期望贵商家的尽快回复，期待您的加入!合作愉快!

我们相信，在您的大力支持下，我社的周年庆演讲大赛将会办得非常出色!同样，相信我们的通力合作，贵商家将得到最大的效益。